



گزارش تحلیلی وضعیت پایش محیط کسب و کار خراسان رضوی در حوزه مسئولیت اجتماعی (زمستان ۱۴۰۳ تا بهار ۱۴۰۴)

بررسی دو مؤلفه از شش مؤلفه با رویکرد مسئولیت اجتماعی و اخلاق حرفه‌ای در این گزارش مورد تحلیل قرار گرفته است، از جمله: (۱) تمایل به خرید کالای خارجی و بی‌رغبتی به کالای داخلی (۲) کارگریزی و ضعف فرهنگ کار (۳) کمبود نیروی کار ماهر (۴) فساد و سوءاستفاده اداری در دستگاه‌های اجرایی (۵) بی‌تعهدی طرف‌های معامله (۶) تولید و عرضه کالاهای غیراستاندارد و تقلبی.

کمیسیون مسئولیت اجتماعی

اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی خراسان رضوی

بسم الله الرحمن الرحيم

فهرست گزارش

۳.....	خلاصه مدیریتی گزارش
۳.....	جدول خلاصه کلان گزارش پایش دو شاخص مسئولیت اجتماعی در خراسان رضوی
۴.....	مقدمه ای بر تحلیل انجام شده
۵.....	تمایل به خرید کالاهای خارجی و بی رغبتی به تولید داخلی
۶.....	پیشنهادهای:
۸.....	کارگریزی عمومی و ضعف فرهنگ کار
۱۰.....	پیشنهادهای:

📌 خلاصه مدیریتی گزارش

کمیسیون مسئولیت اجتماعی اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی خراسان رضوی در این گزارش به طور مشخص دو شاخص «تمایل به خرید کالای خارجی» و «کارگریزی عمومی و ضعف فرهنگ کار» را مورد بررسی قرار داده است. نتایج نشان می‌دهد که هرچند استان در هر دو شاخص نسبت به میانگین کشور شرایط بهتری دارد، اما تداوم برخی نگرش‌ها و رفتارهای فرهنگی می‌تواند مانع بهره‌برداری کامل از ظرفیت‌های توسعه‌ای استان شود. این گزارش با ارائه داده‌ها و تحلیل‌های دقیق، تصویری روشن از چالش‌ها و فرصت‌های موجود فراهم می‌آورد.

انعکاس این نتایج در سطح مدیریت استان، به‌ویژه استانداری، اهمیت ویژه‌ای دارد. اگر یافته‌های این گزارش مبنای تصمیم‌گیری‌های کلان قرار گیرد، می‌تواند به بهبود کیفیت تولید، تقویت اعتماد اجتماعی و ارتقای فضای کسب‌وکار کمک کند. تجربه نشان داده است که هر زمان تصمیمات کلان بر پایه تحلیل‌های کارشناسی و مستندات دقیق اتخاذ شده، نتایج پایدارتری برای اقتصاد محلی و ملی به همراه داشته است.

اتاق بازرگانی خراسان رضوی علاوه بر نقش اقتصادی، دیدگاه استراتژیک خود را بر حوزه فرهنگ نیز متمرکز کرده است. باور ما این است که ارتقای فرهنگ کار، تقویت روحیه مسئولیت اجتماعی در تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان، و بازسازی اعتماد عمومی به تولید داخلی، پیش‌شرط‌های توسعه پایدار در استان هستند. پیشنهاد می‌شود نتایج این پایش‌ها به طور منظم در اختیار استانداری و سایر نهادهای سیاست‌گذار قرار گیرد تا با هم‌افزایی میان دولت و بخش خصوصی، مسیر بهبود شاخص‌های فرهنگی و اقتصادی هموارتر گردد.

جدول خلاصه کلان گزارش پایش دو شاخص مسئولیت اجتماعی در خراسان رضوی

محور	یافته‌ها از استان	مقایسه با کشور	پیامدها	پیشنهادهای کلیدی
تمایل به خرید کالای خارجی	حدود ۴/۶۷ (بهتر از میانگین)	میانگین کشوری: ۴/۸۶	کاهش سهم تولید داخلی، افزایش بیکاری و خروج ارز	ارتقای کیفیت و خدمات پس از فروش، مبارزه با قاچاق، فرهنگ‌سازی مصرف کالای ایرانی
کارگریزی و ضعف فرهنگ کار	حدود ۵/۱۳ (بهتر از میانگین)	میانگین کشوری: ۵/۹۷	بهره‌وری پایین، کم‌انگیزی نیروی کار، کاهش رقابت‌پذیری صنایع	بازنگری آموزشی، الگوسازی کارگران نمونه، بهبود شرایط معیشتی و امنیت شغلی، آموزش اخلاق حرفه‌ای
دستاورد کلی استان	رتبه اول محیط کسب‌وکار کشور در بهار ۱۴۰۴ (۵/۱۶)	تنها استان در محدوده زرد	فرصت تثبیت مزیت رقابتی استان در سطح ملی	انعکاس نتایج در سطح استانداری و استفاده در تصمیم‌سازی‌های سیاستی

🚩 مقدمه ای بر تحلیل انجام شده

استان خراسان رضوی در یک سال اخیر تحول چشمگیری در شاخص‌های محیط کسب‌وکار خود تجربه کرده است. بر اساس پایش ملی محیط کسب‌وکار اتاق بازرگانی ایران، نمره محیط کسب‌وکار خراسان رضوی در بهار ۱۴۰۴ به ۵/۱۶ از ۱۰ (که بدترین وضعیت است) رسیده و این استان برای دومین فصل متوالی رتبه نخست مساعدترین محیط کسب‌وکار کشور را کسب کرده است.

این در حالی است که یک سال قبل، در بهار ۱۴۰۳، رتبه استان ۲۴ام کشور بود و نمره‌ای در حدود ۶/۱ (وضعیت نامناسب‌تر) داشت. به بیان دیگر، طی چهار فصل شاخص استان حدود ۱۵٪ بهبود یافته و از محدوده قرمز به محدوده زرد (نمرات زیر ۵/۲۵) وارد شده است. این بهبود چشمگیر باعث ارتقای جایگاه استان از یکی از استان‌های پایین جدول، به بهترین استان کشور در این شاخص تبدیل شده است.

البته همانطور که بارها از تریبون بخش خصوصی ذکر شده است مساعد شدن شاخص کل به معنای نبود چالش در محیط کسب‌وکار نیست؛ بلکه صرفاً نشان می‌دهد فعالان اقتصادی خراسان رضوی شرایط نسبی بهتری نسبت به سایر استان‌ها احساس کرده‌اند.

به علاوه، شاخص ملی کسب‌وکار تلفیقی از ۷۰ مؤلفه (۲۸ مؤلفه پیمایشی و ۴۲ داده آماری) است که برخی جنبه‌های اقتصادی و نهادی را پوشش می‌دهد. بررسی جزئیات این مؤلفه‌ها نشان می‌دهد که همچنان ضعف‌هایی در برخی حوزه‌های فرهنگی، نیروی انسانی و سلامت اداری وجود دارد که می‌تواند مانع بهبود پایدار کسب‌وکار شود.

در این گزارش دو مؤلفه از شش مؤلفه احصا شده در حوزه مسئولیت اجتماعی مورد بررسی دقیق قرار گرفته است که سایر موارد به تدریج مورد بررسی و تقدیق کمیسیون قرار خواهد گرفت.

- ۱) تمایل عمومی به خرید کالاهای خارجی و بی‌رغبتی به خرید محصولات ایرانی
- ۲) کارگریزی عمومی و ضعف فرهنگ کار در جامعه
- ۳) کمبود نیروی کار ماهر (بزودی)
- ۴) فساد و سوء استفاده افراد از مقام و موقعیت اداری در دستگاه اجرایی (بزودی)
- ۵) بی‌تعهدی طرف‌های قرارداد و معامله به اجرای تعهدات و وعده هایشان (بزودی)
- ۶) تولید و عرضه نسبتاً آزاد کالاهای غیراستاندارد و تقلبی در بازار (بزودی)

این مؤلفه‌ها با رویکرد مسئولیت اجتماعی و اخلاق حرفه‌ای تحلیل می‌شوند؛ ضمن آنکه اثرات اقتصادی آن‌ها نیز بررسی خواهد شد. داده‌های مورد استفاده عمدتاً از گزارش‌های رسمی ملی (پایش کسب‌وکار، شامخ (PMI)، شاخص امنیت سرمایه‌گذاری و آمارهای دستگاه‌های اجرایی) و دیدگاه‌های فعالان اقتصادی استان استخراج شده است. هر بخش شامل وضعیت شاخص در استان (و در صورت امکان روند زمانی آن طی زمستان ۱۴۰۳ تا تابستان ۱۴۰۴)، مقایسه با متوسط کشور و سایر استان‌ها، ریشه‌یابی علل اجتماعی و اقتصادی، و راهکارهای پیشنهادی برای بهبود است. در انتهای گزارش نیز خلاصه مدیریتی ارائه شده است.

🚩 تمایل به خرید کالاهای خارجی و بی‌رغبتی به تولید داخلی

از موانع فرهنگی در محیط کسب و کار ایران، گرایش مصرف‌کنندگان به خرید کالاهای خارجی به جای محصولات داخلی است. این مسئله از دید فعالان اقتصادی به عنوان یک مؤلفه منفی ارزیابی می‌شود که در زمستان ۱۴۰۳ نیز در پرسشنامه پایش محیط کسب و کار حضور داشته است.

میانگین کشوری این شاخص در بهار ۱۴۰۴ معادل ۴/۸۶ (از ۱۰) بوده است که نشان‌دهنده وجود مشکل متوسط در این زمینه است. استان خراسان رضوی با نمره حدود ۴/۶۷ جزو استان‌هایی است که وضعیت بهتری نسبت به میانگین داشته و تمایل به کالای خارجی در آن اندکی کمتر ارزیابی شده است.

عنوان	توضیحات
شاخص	تمایل به خرید کالای خارجی و بی‌رغبتی به تولید داخلی
وضعیت کشوری (بهار ۱۴۰۴)	۴/۸۶ از ۱۰ (مشکل متوسط)
وضعیت خراسان رضوی	۴/۶۷ (بهتر از میانگین)
مقایسه استانی	چهارم‌حال و بختیاری بهترین حدود (۳/۹) / همدان بدترین حدود (۶)
دلایل اصلی	۱) کیفیت پایین بخشی از تولید داخلی؛ ۲) ضعف خدمات پس از فروش؛ ۳) عرضه گسترده کالاهای قاچاق و تقلبی؛ ۴) ذهنیت منفی تاریخی نسبت به تولید داخل
پیامدها	کاهش فروش و تولید داخلی؛ تضعیف اشتغال؛ خروج ارز؛ افزایش بیکاری و فقر؛ سودجویی گروه‌های واردکننده
پیشنهاد‌های بهبود	- ارتقای کیفیت و رقابت‌پذیری تولید داخلی (آموزش مدیران کنترل کیفیت، نشان‌های کیفی) - تقویت خدمات پس از فروش و گارانتی - تشدید نظارت و مبارزه با قاچاق و کالای تقلبی - فرهنگ‌سازی رسانه‌ای و آموزشی برای حمایت از کالای ایرانی - حمایت از تولید صادرات‌گرا برای افزایش اعتبار برندهای ایرانی

به عنوان نمونه، در استان چهارم‌حال و بختیاری این نمره به حدود ۳/۹ (بهترین وضعیت) رسیده، در حالی که در همدان به حدود ۶ (بدترین وضعیت) افزایش یافته است. این ارقام مؤید آن است که هرچند در خراسان رضوی تمایل به کالای خارجی معضل حادی نسبت به برخی استان‌ها تلقی نمی‌شود، اما همچنان یک چالش فرهنگی مهم است؛ چرا که حتی نمرات حدود ۴ تا ۵ نشان می‌دهد بخش قابل‌توجهی از مصرف‌کنندگان کالای خارجی را بر تولید داخل ترجیح می‌دهند.

دلایل این بی‌رغبتی به خرید کالای ایرانی عمدتاً به دو عامل کلیدی بازمی‌گردد:

کیفیت و اعتماد. بر اساس یک نظرسنجی ملی برنامه تلویزیونی پایش، بیش از ۷۲٪ مردم «کیفیت بالاتر کالاهای خارجی» را علت اصرار بر خرید اجناس وارداتی عنوان کرده‌اند. تنها ۲۸٪ انگیزه خود را «پز دادن و چشم‌وهم‌چشمی» ذکر کرده‌اند

که آن نیز ریشه در فرهنگ مصرف‌گرایی دارد. بنابراین چنانچه تولیدکننده داخلی نتواند کیفیت و خدمات پس از فروش مطلوب ارائه دهد، طبیعی است که مصرف‌کننده حق خود می‌داند به سراغ برندهای خارجی برود.

این امر نوعی دور باطل ایجاد کرده است: سهم بالای کالاهای خارجی در بازار، فروش و مقیاس تولید کالای داخلی را کاهش داده و قدرت بهبود کیفیت و کاهش قیمت را از صنایع ملی سلب می‌کند. در نتیجه مجدداً مصرف‌کننده با مقایسه قیمت/کیفیت، به واردات گرایش می‌یابد. از منظر **مسئولیت اجتماعی**، این رفتار مصرفی می‌تواند به تضعیف *اقتصاد ملی و افزایش بیکاری* منجر شود. چنان‌که اقتصاددانان هشدار می‌دهند، مصرف بالای کالای خارجی در حقیقت باعث *افزایش بیکاری و فقر شده و نوعی «تهاجم اقتصادی» به تولید داخل است.*

بر اساس تحلیل ابراهیم رزاقی (اقتصاددان)، گرایش افراطی به محصولات وارداتی، خروج ارز و کاهش فرصت‌های شغلی داخلی را در پی داشته و تنها منافع گروه کوچکی از واردکنندگان را تأمین می‌کند.

از قضا، ارتباط این مؤلفه با برخی شاخص‌های دیگر محیط کسب و کار مستقیم است. به عنوان مثال، یکی از علل گرایش به کالای خارجی، **عرضه کالاهای قاچاق و تقلبی در بازار** است که با قیمت ارزان‌تر (به دلیل دور زدن تعرفه‌ها و استانداردها) مصرف‌کننده را جذب می‌کند. در پایش ملی بهار ۱۴۰۴، فعالان اقتصادی اتاق اصناف (بازاریان) مؤلفه «عرضه نسبتاً آزاد کالاهای غیراستاندارد و تقلبی» را سومین مانع بزرگ کسب و کار در حوزه خود عنوان کرده‌اند. طبیعی است که وقتی کالاهای وارداتی قاچاق (از پوشاک ترک گرفته تا لوازم خانگی و ...)، به‌وفور و با قیمت کمتر در دسترس باشد، تمایل به خرید تولیدات رسمی داخلی کاهش می‌یابد. همچنین **کیفیت پایین برخی تولیدات داخلی** در گذشته، ذهنیت منفی ایجاد کرده که حتی پس از بهبود کیفیت نیز به‌سختی تغییر می‌کند. اینجاست که *مسئولیت اجتماعی تولیدکنندگان* مطرح می‌شود؛ یعنی تولیدکننده ایرانی نیز باید با **افزایش کیفیت، پایبندی به تعهدات (مثلاً گارانتی) و قیمت‌گذاری منصفانه** اعتماد مصرف‌کننده را بازسازی کند.

همچنین رسانه‌ها و نظام آموزشی می‌توانند با فرهنگ‌سازی، غیرت تولید ملی را در میان مردم تقویت کنند. تجربه سال‌های اخیر (مثلاً نام‌گذاری سال ۱۳۹۷ به عنوان سال حمایت از کالای ایرانی) نشان داد که صرف شعار کافی نیست؛ بلکه **اقدامات عملی** مانند *اعمال کنترل کیفی بر محصولات داخلی، مبارزه جدی‌تر با قاچاق کالا، تشویق صادرات با کیفیت و معرفی برندهای موفق ملی* می‌تواند تصویر کالاهای ایرانی را در ذهن جامعه بهبود بخشد.

پیشنهادهای:

- **ارتقای کیفیت و رقابت‌پذیری:** ایجاد مشوق برای واحدهای تولیدی جهت کسب نشان‌های کیفی داخلی و بین‌المللی؛ همچنین آموزش مداوم مدیران کنترل کیفیت کارخانه‌ها. در خراسان رضوی طی سال ۱۴۰۳ حدود ۲۵۰۰ نفر از مدیران کنترل کیفیت صنایع تحت دوره‌های آموزشی استاندارد قرار گرفته‌اند که باید تداوم یابد.

- **تقویت خدمات پس از فروش:** بسیاری از مصرف‌کنندگان از خدمات ضعیف گارانتی گلایه دارند. شرکت‌های داخلی با مسئولیت‌پذیری در قبال مشتری (مثلاً تعمیر یا تعویض به‌موقع کالاهای معیوب) می‌توانند اعتمادسازی کنند.
 - **مبارزه با قاچاق و کالای تقلبی:** تشدید بازرسی بازار توسط نهادهایی چون سازمان صمت و تعزیرات. در استان خراسان رضوی نمونه مثبتی مشاهده شده؛ به طوری که اداره کل استاندارد استان در ۶ ماهه نخست سال ۱۴۰۳ با رسیدگی به ۲۷۲ پرونده تخلف تولید کالا و جلوگیری از عرضه محصولات بی‌کیفیت، تا حدی بازار را برای کالای تقلبی ناامن کرده است. استمرار این نظارت‌ها و برخورد سریع با متخلفان، حضور کالای کم‌کیفیت را کاهش می‌دهد.
 - **فرهنگ‌سازی مصرف:** اجرای پوشش‌های رسانه‌ای با مشارکت چهره‌های محبوب برای ترغیب مردم به «یک ماه بدون کالای خارجی غیرضروری» یا معرفی کالاهای باکیفیت ایرانی. همچنین درج برچسب «ساخت ایران» به همراه نشان استاندارد و کیفیت بر روی کالاها، می‌تواند حس اعتماد و افتخار در خریدار ایجاد کند.
 - **تشویق تولید صادرات‌گرا:** محصولات ایرانی که در بازارهای خارجی موفق باشند، اعتبار ویژه‌ای نزد مصرف‌کننده داخلی کسب می‌کنند. حمایت از حضور تولیدکنندگان استان در نمایشگاه‌های بین‌المللی و برندینگ آنها، به شکل غیرمستقیم تمایل مردم به تولید داخل را بالا می‌برد.
- در مجموع، رویکردی دو سویه (افزایش کیفیت و مسئولیت‌پذیری تولیدکننده + آگاهی و ترجیح مصرف‌کننده) می‌تواند این معضل را کمرنگ کند. تحقق این امر در میان‌مدت به سود اقتصاد استان نیز خواهد بود؛ زیرا با جایگزینی واردات، رونق تولید داخلی و کاهش نرخ بیکاری را به دنبال دارد.

🚩 کارگری عمومی و ضعف فرهنگ کار

فرهنگ کاری و میزان تعهد نیروی کار به تلاش و بهره‌وری، یکی از عوامل مهم در فضای کسب‌وکار است که ماهیتی اجتماعی- اخلاقی دارد و بارها نیز در کمیسیون مسئولیت اجتماعی مورد بررسی قرار گرفته است.

در ادبیات مدیریتی، کارگری به معنای عدم تمایل به انجام کار جدی، کم‌کاری، پرهیز از مشاغل سخت یا مسئولیت‌پذیری پایین نیروی کار تعریف می‌شود. این موضوع در شاخص‌های پیمایشی کسب‌وکار کشور نیز به‌عنوان یک مانع مورد سنجش قرار گرفته است.

میانگین ارزیابی فعالان اقتصادی کشور از «کارگری و ضعف فرهنگ کار در جامعه» در بهار ۱۴۰۴ برابر ۵/۹۷ از ۱۰ بوده است که نشان‌دهنده نامطلوب بودن نسبی این مؤلفه در کشور است. به بیان دیگر، از دید کارآفرینان، ضعف فرهنگ کار یکی از مشکلات محیط کسب‌وکار ایران محسوب می‌شود.

با این حال، استان خراسان رضوی در این زمینه وضعیت بهتری از متوسط کشور دارد. نمره این مؤلفه برای خراسان رضوی حدود ۵/۱۳ گزارش شده است که جزو استان‌های بهتر در شاخص فرهنگ کار است. در واقع در میان ۳۱ استان، خراسان رضوی سومین استان با کمترین میزان کارگری ارزیابی شده است (پس از استان‌هایی مانند آذربایجان غربی با ۴/۸۵).

عنوان	توضیحات
شاخص	کارگری عمومی و ضعف فرهنگ کار
وضعیت کشوری (بهار ۱۴۰۴)	۵/۹۷ از ۱۰ (نسبتاً نامطلوب)
وضعیت خراسان رضوی	۵/۱۳ (بهتر از میانگین - سومین استان کشور)
مقایسه استانی	آذربایجان غربی بهترین (~۴/۸۵) / برخی استان‌ها تا بالای ۶ (ضعیف‌ترین)
دلایل اصلی	(۱) عدم تطابق نظام آموزشی با نیازهای واقعی بازار کار (۲) توقعات بالا و صبر کم نسل جدید (۳) دستمزد پایین نسبت به هزینه زندگی (۴) جذابیت مشاغل غیرمولد (دلالتی و واسطه‌گری) (۵) مهاجرت نخبگان و کاهش کیفیت میانگین نیروی کار (۶) ضعف روحیه کار تیمی و ارزش‌گذاری کم بر مهارت فنی
پیامدها	(۱) بهره‌وری پایین نیروی کار (۲) کاهش رشد اقتصادی (رشد بهره‌وری نیروی کار در سال‌های اخیر ناچیز یا منفی) (۳) تضعیف رقابت‌پذیری صنایع در برابر رقبای خارجی (۴) افزایش هزینه تولید و کاهش کیفیت خدمات (به ویژه در گردشگری و خدمات مشهد)

عنوان	توضیحات
پیشنهادهای بهبود	(۱) بازنگری آموزشی و مهارتی: ورود کارآفرینی و فرهنگ کار به نظام آموزشی، توسعه کارآموزی و پروژه‌محوری (۲) الگویابی و تقدیر: معرفی کارگران و کارفرمایان پرتلاش به عنوان الگو در رسانه‌ها (۳) بهبود معیشت و امنیت شغلی: پرداخت منصفانه، قرارداد شفاف، اجرای کامل قوانین کار و بیمه (۴) آموزش اخلاق حرفه‌ای در بنگاه‌ها: دوره‌های داخلی درباره بهره‌وری، وقت‌شناسی و مشتری‌مداری، خصوصاً در صنایع خدماتی

این امر شاید به خاطر پیشینه فرهنگی و مذهبی منطقه و وجود وجدان کاری بالاتر در نیروی کار استان باشد. حتی نرخ بیکاری نسبتاً پایین استان نیز می‌تواند علامتی باشد که افراد بیشتری مایل به کار کردن بوده‌اند. نرخ بیکاری خراسان رضوی در سال ۱۴۰۳ حدود ۵/۹٪ (در مقابل میانگین کشور ۷/۶٪) بوده و در بهار ۱۴۰۴ با کاهش به ۴/۹٪ به سومین استان کشور از نظر پایین‌ترین بیکاری تبدیل شده است.

این آمار می‌تواند هم نتیجه و هم علت فرهنگ کار قوی‌تر باشد. نتیجه از این جهت که افراد بیشتر جذب بازار کار شده‌اند، و علت از آن منظر که اشتغال بالاتر خود به تقویت اخلاق کار و مهارت‌اندوزی کمک می‌کند.

با وجود وضعیت نسبی بهتر خراسان، نباید از چالش‌های مرتبط با فرهنگ کار در استان غافل شد. گزارش‌های میدانی حاکی است که حتی در مشهد، برخی کارفرمایان با مشکل کم‌انگیزی و مسئولیت‌گریزی کارکنان مواجه‌اند و بهره‌وری نیروی کار پایین است. در نشست‌هایی که اواخر دهه ۱۳۹۰ با حضور فعالان بخش خصوصی استان برگزار شد، عوامل متعددی به عنوان ریشه‌های کارگریز مطرح گردید: عدم تطابق نظام آموزشی با نیازهای کار، انتظار بالا و صبر کم نسل جدید برای پیشرفت، پایین بودن دستمزدها نسبت به هزینه زندگی، جذابیت مشاغل غیرمولد یا دلالی، و حتی مهاجرت نخبگان و ماهرها که کیفیت میانگین نیروی کار باقیمانده را کاهش داده است (خروج نیروی کار متخصص در بخش بعد نیز بررسی می‌شود).

در بعد ملی نیز برخی پژوهش‌ها نشان داده‌اند عادت فرهنگی نقش دارند؛ مثلاً روحیه کار تیمی ضعیف، ارزش پایین دادن به مهارت فنی در جامعه، و تمایل به درآمد آسان (رانت و سفته‌بازی) در مقابل کار تولیدی سخت، از علل زمینه‌ای این معضل‌اند.

همچنین تجربه سال‌های وفور درآمد نفتی و اتکای اقتصاد به دولت (به جای کارآفرینی و تلاش خصوصی) در دهه‌های گذشته، در شکل‌گیری فرهنگ انتظار بالا از دولت و تلاش کمتر برای کسب و کار، بی‌تأثیر نبوده است.

پیامدهای اقتصادی **ضعف فرهنگ کار** بسیار زیان بار است. این مسأله مستقیماً به **بهره‌وری پایین نیروی کار** منجر می‌شود که یکی از علل عقب‌ماندگی رشد اقتصادی است. بر اساس آمارهای مرکز پژوهش‌های مجلس، طی سال‌های اخیر رشد بهره‌وری نیروی کار در ایران بسیار ناچیز یا منفی بوده که یکی از دلایل آن همین عدم انگیزه و انضباط در محیط‌های کاری عنوان می‌شود. علاوه بر این، کارگری به کاهش **رقابت‌پذیری** صنایع ایرانی در مقابل رقبای خارجی می‌انجامد؛ زیرا اگر یک کارگر چینی یا ترک با ساعات کار مفید و تعهد بالاتر کالایی را سریع‌تر و با کیفیت ثابت تولید کند، محصول نهایی آن کشور ارزان‌تر و مرغوب‌تر خواهد بود.

بنابراین **تقویت اخلاق کار و وجدان کاری** یک ضرورت برای توسعه استان است. راهکارهای اصلاحی البته عمدتاً میان‌مدت و بلندمدت هستند، چرا که تغییر فرهنگ به سرعت امکان‌پذیر نیست. برخی پیشنهادهای با رویکرد مسئولیت اجتماعی و آموزشی در ادامه بیان می‌شود.

پیشنهادهای:

- **بازنگری نظام آموزشی و مهارتی:** مدارس و دانشگاه‌های ما عموماً کار تیمی، پروژه‌محوری و مهارت حل مسأله را به دانش‌آموزان یاد نمی‌دهند. دروس کارآفرینی و فرهنگ کار باید در سرفصل‌ها گنجانده شود. همچنین برنامه‌های بازدید صنعتی و کارآموزی برای دانشجویان، شناخت بهتری از محیط واقعی کار و انتظارات آن به نسل جوان می‌دهد. این امر در تغییر نگرش آن‌ها از پشت‌میزنشینی صرف به کارآفرینی و سخت‌کوشی مؤثر است. اتاق بازرگانی و بخش خصوصی استان می‌توانند با **بورسیه‌های کارآموزی** و برگزاری تورهای صنعتی برای دانشجویان در این زمینه پیشگام شوند.
- **الگویابی و تقدیر:** معرفی کارگران، مهندسان و مدیران پرتلاش و متعهد به عنوان «**قهرمانان تولید**» و تقدیر از آنان در رسانه‌ها می‌تواند **ارزش/اجتماعی کار سخت و درست** را بالا ببرد. متأسفانه در فرهنگ عمومی، چهره‌های ورزشی و هنری بسیار برجسته‌تر از کارآفرینان و کارگران نمونه هستند. انجام حرکت‌هایی نظیر انتخاب «**کارمند/کارگر ماه/استان**» توسط استانداری یا اتاق بازرگانی (با رأی کارفرمایان و همکاران) و انتشار داستان موفقیت آنان، انگیزه و رقابت سالم ایجاد می‌کند.
- **بهبود معیشت و امنیت شغلی:** نباید از یاد برد که گاهی کارگری ناشی از سرخوردگی از **دستمزد نااعدالانه یا قراردادهای بی‌ثبات** است. کارگری که احساس کند بهره‌کشی می‌شود یا هر لحظه امکان اخراجش هست، طبیعی است که دل به کار نمی‌دهد. لذا **مسئولیت اجتماعی کارفرمایان** ایجاب می‌کند نظام پرداخت منصفانه و قرارداد روشن به کارکنان ارائه کنند. در استان خراسان رضوی بسیاری از صنایع متوسط و کوچک با مشکل کمبود نیروی ماهر مواجه‌اند، شاید اگر حقوق و مزایای بهتری پیشنهاد دهند نیروی بیکار آموزش‌دیده از سایر استان‌ها جذب

شوند. همچنین دولت باید بر اجرای قوانین کار (مثل بیمه کارگران، ساعات کار استاندارد و ...) نظارت کند تا حقوق نیروی کار پایمال نشود و انگیزه کارگری بالا رود.

- **آموزش اخلاق حرفه‌ای در بنگاه‌ها:** شرکت‌ها می‌توانند دوره‌های داخلی برای کارکنان درباره اهمیت بهره‌وری، کار تیمی، وقت‌شناسی و غیره برگزار کنند. به ویژه در بخش خدمات (مانند گردشگری، هتل‌داری که برای مشهد مهم است) داشتن نیروی کار باوجدان و مشتری‌مدار مزیت رقابتی است. برخی هتل‌ها در مشهد اقدام به برگزاری کارگاه‌های رفتار حرفه‌ای برای پرسنل خود کرده‌اند که نمونه خوبی است و اتحادیه‌ها می‌توانند این را به همه اعضا تسری دهند.

در پایان، باید تأکید کرد که **روحیه کار و تلاش جمعی** در فرهنگ ایرانی ریشه‌های قوی تاریخی دارد (فرهنگ اصیل خراسانی نیز مشحون از تقدیس کار و کوشش است)؛ اما بازتولید آن در نسل جدید نیازمند *الگوهای مناسب، انگیزه‌های اقتصادی و ایجاد فضای امیدبخش* است. خوشبختانه نرخ بیکاری پایین‌تر استان نشان می‌دهد بخشی از این مسیر در خراسان رضوی طی شده، ولی برای حفظ و ارتقای آن نباید از سرمایه‌گذاری اجتماعی در فرهنگ کار غافل شد.

مراجع مورد استفاده:

- پایش ملی محیط کسب و کار ایران - بهار ۱۴۰۴
- شامخ تیرماه ۱۴۰۴ (شاخص مدیران خرید)
- گزارش‌های فصلی امنیت سرمایه‌گذاری - سال ۱۴۰۳